

*Pedro Manuel García Villaverde**

*Gloria Parra Requena**

CAPITAL SOCIAL, CONOCIMIENTO Y RESULTADOS EN LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

En la literatura sobre los distritos industriales encontramos numerosos estudios que evidencian una superioridad de resultados de sus empresas sobre aquellas que perteneciendo al mismo sector industrial son externas a los distritos industriales. Sin embargo, todavía son escasos los estudios en este ámbito de investigación que justifican el origen de dicha superioridad. El objetivo del trabajo es desarrollar un modelo explicativo que nos permita analizar el papel que tiene el capital social y la adquisición de conocimiento en los resultados superiores de las empresas pertenecientes a un distrito industrial. Para ello, revisamos las aportaciones más significativas relativas al capital social y a la adquisición de conocimiento, como ejes centrales de la explicación, y planteamos una serie de proposiciones teóricas que definen el modelo explicativo. Finalizamos el trabajo con la discusión del modelo y la extracción de una serie de conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: distritos industriales, resultados empresariales, capital social, adquisición de conocimiento, modelo teórico.

Clasificación JEL: M10, M14.

1. Introducción

La literatura que analiza los distritos industriales viene señalando la incidencia de la pertenencia a los distritos en la supervivencia y los resultados de las pequeñas y medianas empresas que los integran (Signorini, 1994; Paniccia, 1999; Soler, 2000; Molina y Bou, 2000; Hernández y Soler, 2003; Molina y Martínez, 2003). De manera que, el desarrollo y resultado de estas empresas parece estar ligado, en cierto grado, a las condiciones que prevalecen en el territorio cercano que les rodea (Camisón, 2003). Sin embargo, consideramos que son necesarios estudios teóricos y empíricos que analicen las causas de estos resultados.

Actualmente, debido a la aparición de las nuevas tecnologías, las empresas pueden estar conectadas electrónicamente sin necesidad de tener una cercanía geográfica. Este hecho pone en cuestión la necesidad de localizarse en un distrito industrial, para obtener las ventajas derivadas del mismo. Sin embargo, esta necesidad se ve justificada por el hecho de que determinados tipos de conocimiento no pueden transmitirse si no es «cara a cara», a través de la interacción personal, teniendo una base de conocimiento común, una misma base epistemológica, que permita transmitir aquellos tipos de conocimiento más complejos. De hecho, muchos investigadores han detectado que el intercambio de conocimiento (a través de desbordamientos tecnológicos, intercambios informales y movimiento de personas) es un elemento ▷

* Universidad de Castilla-La Mancha.

crucial para la definición de los resultados en un distrito industrial. El argumento se basa en el hecho de que, a través de la pertenencia a un distrito industrial, las empresas por medio de las relaciones de intercambio repetidas y duraderas generan un potencial para la adquisición de conocimiento. Por otro lado, es ampliamente aceptada la influencia que el conocimiento posee sobre la generación de ventajas competitivas para la empresa (Grant, 1996). Así, Spender (1996) considera el conocimiento como el recurso disponible más importante para la empresa.

Junto con el conocimiento, el capital social es reconocido como un elemento clave para la empresa actual debido a su contribución a la ventaja competitiva, por lo cual reciben una elevada atención en la literatura de dirección estratégica (Tsai y Ghoshal, 1998; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002; McFadyen y Cannella, 2004). En este aspecto, es importante indicar que el capital social se ha señalado como un factor clave para el entendimiento de la creación de conocimiento (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Así, en varias publicaciones los investigadores han argumentado que el acceso a nuevas fuentes de conocimiento es uno de los beneficios directos más importantes del capital social (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002). Más aún, hay evidencias que sugieren que la transferencia de conocimiento es facilitada por las interacciones sociales intensivas de las organizaciones (Zahra *et al.*, 2000; Yli-Renko *et al.*, 2001). De esta manera, debido a que la adquisición y explotación de conocimiento son predominantemente un proceso social (Kogut y Zander, 1993), el capital social debe ser crítico para el éxito a largo plazo de las empresas. De todo ello se deduce una interrelación entre los tres conceptos (capital social, conocimiento y resultados).

Nuestro objetivo consiste en desarrollar un modelo explicativo que analice el papel que tiene el capital social y la adquisición de conocimiento en los resultados superiores de las empresas pertenecientes a un distrito industrial. Con este trabajo pretendemos avanzar en una orientación integradora del estudio de los distritos, que contribuya a una mayor comprensión de las implicaciones de la pertenencia a los mismos, para que las Pyme puedan potenciar sus ventajas y evitar sus dificultades.

Nosotros sugerimos que la ventaja competitiva de las empresas de los distritos industriales se basa en la transferencia de conocimiento, que a su vez estará determinada por la estructura del capital social de las empresas. Con este estudio tratamos de contribuir a la literatura, analizando con una mayor profundidad las características que mantienen las diferentes dimensiones del capital social —estructural, relacional y cognitiva— dentro de un tipo de red específica —los distritos industriales—. Además, consideramos el papel ejercido por la capacidad de combinación, como factor moderador que puede afectar de manera significativa a las ventajas competitivas de las empresas. De este modo, profundizamos en los mecanismos ya señalados en la literatura y aportamos nuevos factores útiles para entender la consecución de ventajas competitivas por las empresas pertenecientes a los distritos industriales. Así mismo, planteamos una serie de proposiciones que configuran las principales relaciones del modelo.

Para alcanzar estos objetivos, en el siguiente apartado abordamos brevemente el concepto de distrito industrial. A continuación, analizamos las diferentes dimensiones del capital social para las empresas pertenecientes a un distrito industrial, así como sus efectos sobre el conocimiento, lo que nos permite definir una serie de proposiciones. Posteriormente, realizamos un análisis de la transmisión de conocimiento entre las empresas de un distrito y estudiamos los efectos que este conocimiento ejerce sobre los resultados de las empresas. En el quinto apartado exponemos la discusión del modelo propuesto. Finalmente, presentamos una serie de conclusiones del trabajo y las líneas para futuras investigaciones.

2. ¿Qué es un distrito industrial?

En la literatura encontramos una serie de trabajos que han señalado que las concentraciones territoriales de empresas vinculadas a una determinada actividad industrial, crean y favorecen los factores competitivos de las empresas. Observamos que existen diferentes denominaciones para estas concentraciones —sistemas productivos locales, *clusters* industriales o distritos industriales—, en ▷

función del origen de su planteamiento teórico y del criterio de delimitación utilizado. Nosotros nos centramos en el concepto de distrito industrial, alrededor del cual se ha desarrollado un sólido campo de estudio en los últimos años. A partir de la definición de Becattini (1990), podemos considerar el distrito industrial como una «*entidad socioterritorial que se caracteriza por la presencia activa tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada*». Entre dichas empresas se observa la existencia de redes de cooperación y una comunidad de personas que poseen un fuerte sentimiento de pertenencia y unas características culturales comunes, siendo cada distrito el resultado de un proceso histórico y social único e irrepetible.

Un distrito industrial, combina tres elementos principales (Becattini 1990): la población de empresas, la comunidad de gente y la atmósfera industrial. El distrito industrial está caracterizado por un *grupo de empresas* que trabajan juntas, es decir se da una división del trabajo entre empresas. Además hay instituciones públicas y privadas, que ofrecen lo que Brusco (1990) denomina servicios reales. El distrito industrial asume también la existencia de una *comunidad de personas*, donde los participantes comparten un sentimiento de pertenencia o identidad común, así como un sistema de valores y creencias que actúan como un freno del comportamiento individual (Becattini, 1990). Finalmente, el término Marshalliano «*atmósfera industrial*» se refiere a los flujos de experiencias, información y conocimiento que circulan por el distrito con pocas o ninguna restricción. Derivados de estos elementos, podemos señalar algunos aspectos característicos de los distritos industriales. Así, tal y como señala Soler (2000), al situarnos dentro de un distrito industrial nos encontramos con un mercado laboral denso y de trabajadores cualificados, con un ambiente propicio para la innovación y para el carácter emprendedor del empresario, y una importante fluidez de información de todo tipo entre las propias empresas. Por tanto, nos localizamos, en definitiva, en un entorno que combina competencia y colaboración entre las empresas. Otro de los aspectos característicos de los distritos industriales, es la especialización de las empresas en una o varias fases del proceso productivo. Igualmente, otro elemento que caracteriza a los

distritos industriales es la elevada movilidad interna que existe, ya sea de directivos, técnicos y/o empleados, que frecuentemente se trasladan de una empresa a otra, aunque siempre dentro del distrito, pues se considera que el conocimiento específico adquirido por dichos agentes pierde su valor fuera del mismo.

Entendemos que la pertenencia a un distrito industrial sigue siendo interesante a pesar de encontrarnos en una economía global como la actual. Esto es debido a que la ventaja competitiva en una economía global reside, cada vez más, en factores locales como el conocimiento, las habilidades altamente especializadas, las relaciones y las motivaciones que los rivales fuera del distrito no pueden replicar. De hecho, la proximidad geográfica, cultural e institucional que proporciona un distrito facilita a las empresas un acceso especial a relaciones cercanas, a una mejor información, a poderosos incentivos y a otras ventajas difíciles de conseguir desde la distancia (Porter, 1998).

Así, una premisa fundamental en el campo de los distritos industriales es que las empresas internas al distrito obtienen unos resultados superiores a aquellas localizadas fuera del mismo. Este fenómeno es denominado «efecto distrito». Así, desde los primeros estudios de Becattini (1979, 1989, 1990), la literatura que analiza los distritos industriales viene señalando la incidencia de la pertenencia a los distritos en la supervivencia y los resultados de las empresas que los integran (Signorini, 1994; Camisón y Molina, 1998; Paniccia, 1999; DeCarolis y Deeds, 1999; Soler, 2000; Molina, 2001; Molina y Martínez, 2003; Martínez, 2001; Brioschi *et al.*, 2002; Cainelli y De Liso, 2005). Dichos estudios han proporcionado evidencia del mejor funcionamiento de las empresas pertenecientes a un distrito industrial. Sin embargo, son todavía escasos los trabajos que tratan de explicar el origen de esta superioridad.

3. Capital social en los distritos industriales

3.1. Concepto y estructura del capital social

El concepto de capital social ha adquirido una gran relevancia en diferentes disciplinas de las ▷

Ciencias Sociales. En este sentido, es significativamente reconocido como un elemento de máxima importancia para la empresa actual debido a su contribución a la ventaja competitiva, por lo cual recibe una creciente atención en la literatura de dirección estratégica (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002; McFadyen y Cannella, 2004). Además, el capital social ha sido identificado como un concepto que puede añadir valor al estudio de las redes sociales (Lee *et al.*, 2001). Aunque no hay consenso en una definición precisa, podemos definir el capital social de un actor como el conjunto de recursos arraigados dentro de su red de relaciones sociales, más todos los recursos accesibles a través de esa misma red (Nahapiet, y Ghoshal, 1998).

Puesto que el concepto de capital social está enraizado en la estructura y contenido de las relaciones, sus beneficios pueden ser analizados en diferentes niveles de relaciones, incluyendo las individuales, de empresas, interorganizativas, regiones o incluso naciones (Tsai y Ghoshal, 1998; Molina, 2005). Así, este constructo es particularmente adecuado para el estudio de las relaciones entre empresas, proporcionando una vía para caracterizar dichas relaciones.

El capital social es un constructo multidimensional, cuyo valor no puede ser medido de manera directa, sino que nos tenemos que aproximar al mismo mediante la identificación y medida de una serie de dimensiones (Koka y Prescott, 2002). En este trabajo, y siguiendo a Nahapiet y Ghoshal (1998), distinguimos entre la dimensión estructural, relacional y cognitiva del capital social.

La *dimensión estructural* trata de abarcar toda la interacción social que se produce en la red, centrándose en las propiedades del sistema social y de la red de relaciones como un todo (Nahapiet y Ghoshal, 1998). El capital social bajo esta dimensión puede ser analizado desde la perspectiva de los vínculos de red, que abarca el modo específico en el que los actores están relacionados en términos de fuerza, frecuencia y estrechez y la configuración de la red que determina el modelo de uniones entre los miembros de una red en términos de densidad, conectividad y jerarquía (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

Por su parte, la *dimensión relacional* se refiere a las características y atributos de las relaciones,

como la confianza y otros incentivos que se derivan principalmente de la historia y reputación de la empresa (Gulati *et al.*, 2000). De manera que las facetas clave de esta dimensión son la confianza relacional (Tsai y Ghoshal, 1998; Nahapiet y Ghoshal, 1998) y el contenido relacional (Burt, 1992). Las variables que conforman el contenido relacional son la identidad o identificación, la cual se refiere al grado en el cual los actores se ven a ellos mismos conectados con otros actores.

Finalmente, la *dimensión cognitiva* representa los recursos proporcionados por el entendimiento y significado compartido entre los miembros de la red (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Los dos aspectos principales de esta dimensión son la cultura y las metas compartidas entre los miembros de la red. Estas metas compartidas representan el grado en el que los miembros de la red comparten un entendimiento y un enfoque hacia el logro de las tareas y el resultado de la red. Por otro lado, la cultura compartida se refiere al grado por el cual las normas de comportamiento controlan o dirigen las relaciones, es decir es el conjunto de reglas y normas institucionalizadas que dirigen un comportamiento apropiado en la red (Ikpen y Tsang, 2005).

3.2. Capital social y distrito industrial

Existen evidencias que indican que la cercanía es un hecho de las relaciones sociales que conduce al desarrollo de altos niveles de capital social. De manera que podemos decir que el capital social se observa en mayor grado en contextos como los distritos industriales, siendo ésta la causa de que en los últimos años un buen número de trabajos sobre el capital social se centren en este tipo de redes de empresas (Inkpen y Tsang, 2005; Molina, 2005a; Casanueva *et al.*, 2006; Oba y Semergiöz, 2005).

Para analizar el capital social en el ámbito de los distritos industriales, partiremos de las tres dimensiones señaladas anteriormente. Así, en relación a la dimensión estructural, la teoría del capital social señala que la proximidad espacial facilita las relaciones frecuentes y estrechas entre las empresas, de igual modo que permite las interacciones «cara a cara» (Molina, 2005a). De modo que en la medida que las empresas se encuentran vinculadas geo-

gráfica e históricamente, aumenta el número de relaciones «cara a cara» y la continuidad de las interacciones (Paniccia, 1998; Camagni, 2003). Por otro lado, la especialización productiva que mantienen las empresas del distrito, las convierte en cierto grado, en dependientes del resto de empresas del distrito, de manera que es necesaria la relación entre las distintas empresas que componen un distrito industrial. Así, las empresas del distrito mantienen continuas y frecuentes relaciones profesionales, sociales, de intercambio, etcétera. Es fácil encontrar en los distritos industriales, casos en los cuales distintos miembros familiares o amigos, trabajan en distintas empresas —a menudo competidoras— del distrito. De este modo, las relaciones entre empresas muchas veces surgen como resultado de vínculos familiares, de la pertenencia a grupos cívicos y clubes sociales, entre otros. Este contexto, donde se entrecruzan los lazos familiares, sociales y profesionales, facilita la formación de una red de relaciones densa y a menudo con vínculos solapados (McEvily y Zaheer, 1999), es decir, los contactos de un agente se conocen entre sí. Desde este enfoque, podemos considerar que en los distritos se establece una red de contactos cohesiva, densa y con fuertes vínculos, en la que encontramos también cierto grado de redundancia en dichas interacciones, (Molina, 2005a; Inkpen y Tsang, 2005; Brioschi *et al.*, 2002; Pyke y Sengenberger, 1992). Por tanto, el capital social estructural es superior entre las empresas de los distritos que entre las ajenas a los mismos.

Respecto a la dimensión relacional, la proximidad ha sido señalada como un elemento que desarrolla la confianza entre las partes (Lorenzen, 2002). Así, los distritos industriales son considerados como formas de organización regidas por la confianza y la cooperación (Paniccia, 1998). Esto es debido a que las empresas de un distrito industrial se integran en estructuras locales de apoyo social que contribuyen a atenuar las tendencias oportunistas y sirven como base de confianza (Staber, 2001). Por otro lado, podemos observar que las empresas pertenecientes a este tipo de red, poseen un fuerte sentimiento de pertenencia ya que, tal y como su propia definición indica, un distrito industrial es soportado por una comunidad de gente que comparte un sentimiento de pertenencia o una identidad común. Esta idea, como ya aclaraba Beca-

ttini (1979), procede de la fuerte interdependencia que existe entre personas y empresas dentro del contexto social del distrito. Desde dicha comunidad de personas proviene una atmósfera de cooperación, confianza y sanción social en la cual la acción económica esta regulada por reglas tanto implícitas como explícitas (Lazerson y Lorenzoni, 1999). De esta manera, proponemos que las empresas del distrito disponen de un capital social relacional superior, caracterizado por la existencia de una identidad compartida y por altos niveles de confianza, frente a las empresas ajenas al distrito.

Por último, al analizar el capital social cognitivo, observamos que la proximidad y la interacción social juegan un papel crucial a la hora de compartir un conjunto de objetivos y valores comunes entre los miembros de una relación. De manera que, a través de dicho proceso de interacciones sociales, los actores adoptan unos códigos, valores y prácticas comunes (Tsai y Ghoshal, 1998). Así, podemos observar que las empresas localizadas en un distrito industrial serán mas propensas a compartir una cultura común como consecuencia de las frecuentes relaciones que mantienen entre ellas (Paniccia, 1998). De manera que las empresas pertenecientes a los distritos industriales están más arraigadas en una fuerte cultura local (Harrison, 1992; Dei Ottati, 1994) y comparten un sistema relativamente homogéneo de valores e ideas, en relación a las ajenas a los mismos (Becattini, 1990).

A modo de resumen, en el Cuadro 1 podemos observar las características de las diferentes dimensiones del capital social en los distritos industriales, las cuales, como veremos más adelante, incidirán en la transferencia de conocimiento entre sus empresas.

A la vista de los argumentos expuestos anteriormente pasamos a plantear la siguiente proposición, desagregada en tres subproposiciones:

P1: Las empresas pertenecientes a un distrito industrial presentan mayor capital social que las empresas no pertenecientes al distrito.

P1-a: Las empresas pertenecientes a un distrito industrial presentan mayor capital social estructural que las no pertenecientes al distrito.

P1-b: Las empresas pertenecientes a un distrito industrial presentan mayor capital social relacional que las no pertenecientes al distrito. ▷

CUADRO 1
DIMENSIONES DEL CAPITAL SOCIAL EN LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

Estructural Vínculos de red Configuración de red	• existen relaciones con fuertes vínculos y frecuentes • forman una densa red
Relacional Contenido relacional Confianza relacional	• comparten una identidad común • poseen altos niveles de confianza
Cognitivo Cultura compartida Metas compartidas	• existe una cultura local colectiva, y un lenguaje común • presentan un sistema de valores y normas comunes

Fuente: *Elaboración propia.*

Pl-c: Las empresas pertenecientes a un distrito industrial presentan mayor capital social cognitivo que las no pertenecientes al distrito.

4. La adquisición de conocimiento en los distritos industriales

4.1. Relevancia y tipos de conocimiento

Existe un fuerte interés entre los académicos por el conocimiento como un elemento clave para el éxito de las organizaciones. Este concepto ha recibido un énfasis cada vez mayor como determinante clave de la ventaja competitiva de las empresas. En este sentido, algunos autores señalan que el conocimiento es el recurso más estratégico, ya que éste es un recurso único, inimitable y valioso (Wernerfelt, 1984; Prahalad y Hamel, 1990; Barney, 1991). Por tanto, lo podemos considerar como un recurso básico de producción en la economía actual (Drucker, 1996) ya que para crear valor, la empresa necesita productividad e innovación y, como Nonaka (1991,1994) señaló, la creación de conocimiento es clave para el proceso de innovación.

Aunque son muchas las clasificaciones que podemos encontrar sobre los tipos de conocimiento, quizás la distinción más citada y con mayor influencia es la identificación de Polanyi (1967) de dos aspectos del conocimiento: tácito y explícito (Nahapiet y Ghoshal, 1998). El conocimiento explícito es aquel que puede ser expresado en palabras, números, símbolos, y que se puede compartir y transferir fácilmente, teniendo la consideración de bien público. Por el contrario, el conoci-

miento tácito se forma principalmente por conocimientos técnicos, es difícil de codificar y se compone de actitudes y capacidades, de conocimientos abstractos y complejos, por lo que su transmisión no es tan fácil. Al estar en la mente de los individuos, será difícil de transferir y de imitar convirtiéndose en un recurso estratégico para la empresa, siendo, por tanto, fuente de ventaja competitiva sostenible (Grant, 1996). Este conocimiento tácito, se considera como espacialmente «pegajoso» y es aprendido a través de la experiencia, de manera que requiere una interacción intensa para ser codificado y transferido (Dyer y Nobeoka, 2000).

4.2. La adquisición de conocimiento en el distrito industrial: el efecto del capital social

La mayoría de las empresas no pueden generar internamente todo el conocimiento que requieren, por lo que tienen que buscar fuentes externas tales como proveedores, consumidores, universidades, competidores... Así, las relaciones interorganizativas crean oportunidades para la adquisición y explotación de conocimiento externo (Dyer y Singh, 1998; Lane y Lubatkin, 1998; Eisenhardt y Schoonhoven, 1996; Larsson *et al.*, 1998). De manera que, las empresas establecen una variedad de vínculos entre empresas, los cuales las capacitan para el intercambio de una variedad de información, conocimiento, etcétera (Koka y Prescott, 2002). Las relaciones sociales y el capital social, por tanto, son una influencia importante en el desarrollo del capital intelectual (Nahapiet y Ghoshal, 1998), puesto que contribuye al aprendizaje mejorando la eficiencia ▷

de la transferencia y la asimilación del conocimiento. Consideramos así, que el capital social afecta positivamente a las actividades para crear y compartir conocimiento, ya que facilita las condiciones en las cuales ese proceso ocurre (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Guía, 2000). De hecho, el primer beneficio directo del capital social es la información, favoreciendo el acceso a fuentes de información más extensas y mejorando la calidad y relevancia de dicha información (Adler y Kwon, 2002). Por otra parte, las características de las relaciones mantenidas influirán en una mayor o menor transmisión de conocimiento, así como en el tipo de información a transmitir. Así pues, podemos decir que el conocimiento generado por una empresa, dependerá del capital social generado por sus relaciones.

La perspectiva tradicional en la literatura de los distritos industriales, señala que la cooperación entre las empresas, el aprendizaje colectivo y la transferencia de conocimiento en el distrito toma lugar en la base de un alto grado de capital social entre las empresas constituyentes. El fuerte capital social en los distritos industriales hace que la información estratégica sobre cuestiones técnicas y de mercado fluya libremente a través del mismo. De manera que podemos decir que el principal mecanismo que existe en un distrito industrial para la transmisión de conocimiento son las relaciones sociales entre sus agentes. A través de esas relaciones, se produce un intercambio de conocimiento entre los agentes, que suponen un aprendizaje interorganizativo (Dyer y Singh, 1998).

Es importante considerar las tres dimensiones del capital social, puesto que todas ellas contribuyen a la motivación y a la habilidad para intercambiar y transferir conocimiento que permite el crecimiento del capital intelectual (Widén-Wulff y Ginman, 2004). Así, en nuestro modelo planteamos una serie de relaciones basadas en la incidencia de cada una de las dimensiones del capital social soportado por las empresas de un distrito industrial, en la transmisión de conocimiento.

En relación a la dimensión estructural del capital social, la densidad de la red, es un rasgo asociado con la flexibilidad y facilidad de intercambio de información a través de su impacto en el nivel de contacto o de accesibilidad que proporciona a los miembros de la red (Ibarra, 1992; Nahapiet y

Ghoshal, 1998). De este modo, las redes densas y territorialmente concentradas, como es el caso de los distritos industriales, son el almacén ideal para el desarrollo del aprendizaje a través de la interacción y por el intercambio de conocimiento tácito entre sus agentes (Bellusi y Pilotti, 2002). Por otro lado, Inkpen y Dinur (1998) en su estudio sobre alianzas, señalan que para que ocurra la transferencia de conocimiento es necesaria la existencia de fuertes vínculos. Además, los vínculos estrechos facilitan el acceso a la información de manera más rápida y puntual que si son de baja intensidad. Por lo que, los intercambios de conocimientos particulares entre miembros de diferentes empresas serán mucho más efectivos en el marco de relaciones estrechas que en el de vínculos de poca intensidad (Krackhardt, 1992). De manera que, las interacciones frecuentes y estrechas, cercanas, juegan un papel crucial en la transferencia de conocimiento, ya que permiten entender dónde reside el conocimiento relevante y quién lo posee (Dyer y Singh, 1998; Kale *et al.*, 2000). Podemos encontrar estudios que muestran evidencias que apoyan la influencia de la dimensión estructural sobre la transmisión de conocimiento como las proporcionadas por Yli-Renko *et al.* (2001), Tsai y Ghoshal (1998), Lane y Lubatkin (1998), Zhao y Aram (1995) y Uzzi (1997). Planteamos, así, que en el ámbito de los distritos, las empresas que desarrollan más capital social estructural van a adquirir un mayor conocimiento. Respecto a la dimensión relacional, a través de la confianza los individuos muestran un mayor acceso para el intercambio de conocimientos (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Cuando dos organizaciones empiezan a confiar mutuamente, aumenta su predisposición para compartir recursos, sin preocuparse de que la otra parte se aproveche de la primera (Tsai y Ghoshal, 1998). Diversos estudios muestran un efecto directo entre la confianza en las relaciones y el acceso a nuevo conocimiento (Uzzi, 1997; Wathne *et al.*, 1996; Koka y Prescott, 2002; Weber y Weber, 2007). Por su parte, Kramer *et al.*, (1996) señalan que la identificación con un grupo o colectividad mejora el interés para los procesos y resultados colectivos, incrementando así las posibilidades de que la oportunidad para el intercambio de conocimiento sea reconocida y la motivación para combinar e inter-▷

cambiar dicho conocimiento. De manera que si una red puede crear una identidad compartida entre los miembros, entonces esta identidad compartida puede disminuir los costes de compartir conocimiento en la red (Dyer y Nobeoka, 2000). Así, en la «comunidad de práctica» existente en el distrito, los miembros construyen una identidad compartida y, debido a esa perspectiva, el conocimiento puede ser rápidamente compartido (Brown y Duguid, 2001). En este sentido, consideramos que la consecución de un mayor capital social relacional conduce a la adquisición de conocimiento superior entre las empresas de los distritos.

Finalmente, en relación a la dimensión cognitiva del capital social, observamos que es más fácil aprender y absorber conocimiento tácito cuando los agentes implicados en dicha transmisión de conocimiento, comparten un contexto cultural similar (Parkhe, 1991; Storper, 1997). Cuando las partes poseen la misma cultura de trabajo, la comunicación y la transferencia de conocimiento resultan más efectivas. Por el contrario, los conflictos culturales y los malentendidos pueden limitar la transmisión de información y el aprendizaje (Simonin, 1999), por lo que se necesita que las culturas de las partes sean compatibles, entendiendo las normas y valores de las partes implicadas (Lane, *et al.*, 2001). En este sentido, Mowery *et al.*, (1996) confirmaron que existe una mayor transferencia de conocimiento cuando las culturas de organizaciones son similares. Del mismo modo, las metas compartidas pueden influir en la transmisión de conocimiento en los distritos industriales. Así, tal y como indican Tsai y Ghoshal (1998), cuando existe una visión compartida es más probable que las partes implicadas en la relación compartan e intercambien sus recursos. Desde este enfoque, planteamos que en los distritos industriales, las empresas con más capital social cognitivo van a adquirir un mayor conocimiento.

A partir de los argumentos expuestos podemos plantear la siguiente proposición general que, a su vez, se plasma en tres subproposiciones:

P2: En los distritos industriales, el capital social de las empresas influye positivamente en la adquisición de conocimiento.

P2-a: En los distritos industriales, el capital social estructural de las empresas influye positivamente en la adquisición de conocimiento.

P2-b: En los distritos industriales, el capital social relacional de las empresas influye positivamente en la adquisición de conocimiento.

P2-c: En los distritos industriales, el capital social cognitivo de las empresas influye positivamente en la adquisición de conocimiento.

4.3. Los resultados empresariales en los distritos industriales: el efecto de la adquisición de conocimiento

La literatura ha señalado que el conocimiento adquirido mejora la habilidad de la empresa para conseguir ventajas competitivas (Grant, 1996; Yli-Renko *et al.*, 2001). En este sentido, son varios los trabajos que aportan evidencia empírica del efecto positivo de los flujos de conocimiento sobre los resultados de la empresa (Yli-Renko *et al.*, 2001; Lane *et al.*, 2001; Weber y Weber, 2007).

La transferencia de conocimiento entre empresas es de importancia estratégica para la competitividad de las empresas del distrito (Albino *et al.*, 1999). Esto se debe a que a través de los procesos locales de transferencia de conocimiento las empresas pueden obtener conocimiento esencial para responder rápidamente a los cambios del mercado y mostrar una actividad innovadora (Cohen y Levinthal, 1990). Así, los flujos de conocimiento que se producen entre las empresas de un distrito industrial son considerados como una fuente crítica de ventaja competitiva (Tallman *et al.*, 2004). En los últimos años encontramos diversos estudios sobre los distritos industriales que han enfatizado la capacidad del distrito para apoyar los procesos de adquisición de conocimiento como las bases para la creación de ventajas competitivas (Inkpen y Tsang, 2005).

Además, este conocimiento que adquieren las empresas del distrito y que está arraigado en el capital social desarrollado por las circunstancias locales, relaciones únicas y rutinas acumuladas, tiene poca movilidad (Porter y Sölvell, 1998). Desde este enfoque, podemos considerar que la facilidad con la cual el conocimiento se transmite a nivel local aporta una explicación relevante para el éxito de las empresas situadas en los distritos industriales (Malmberg y Maskell, 1997; Maskell, 2001). ▷

Los argumentos anteriores nos permiten plantear la siguiente proposición:

P3: En los distritos industriales, la adquisición de conocimiento influye positivamente en los resultados empresariales.

4.4. El papel moderador de la capacidad de combinación

El proceso de aprendizaje no se termina con la adquisición de conocimiento, sino que éste debe ser asimilado, transformado y explotado (Zahra y George, 2002). Por ello cobra importancia el proceso de recombinación e integración del conocimiento adquirido con el existente en la empresa. De este modo, la fuerza con la que el conocimiento se transforma en valor depende en gran medida de la capacidad de combinación de la empresa, ya que una condición para crear capital intelectual es la capacidad de la empresa para combinar información o experiencia (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

Esta capacidad de combinación puede ser considerada como la capacidad para sintetizar y aplicar el conocimiento existente en la empresa y el adquirido del exterior (Kogut y Zander, 1992). Esta capacidad ha sido considerada por Van den Bosch *et al.* (1999), como uno de los elementos determinantes de la capacidad de absorción de las empresas.

A la vista de los argumentos expuestos, deducimos que el conocimiento adquirido del exterior cobrará mayor valor si es integrado con el conocimiento existente en la empresa, de modo que se genera nuevo conocimiento y capacidades, lo cual se reflejará en los resultados empresariales. Por tanto, las empresas podrán utilizar todo el potencial del conocimiento adquirido en la medida en la que son capaces de integrarlo con el conocimiento existente. Estos planteamientos sugieren que existe un efecto moderador de la capacidad de combinación sobre la relación entre la adquisición de conocimiento y los resultados empresariales. De modo que cuanto mayor sea la capacidad de combinación de la empresa, mayor será la influencia que ejerza la adquisición de conocimiento sobre los resultados.

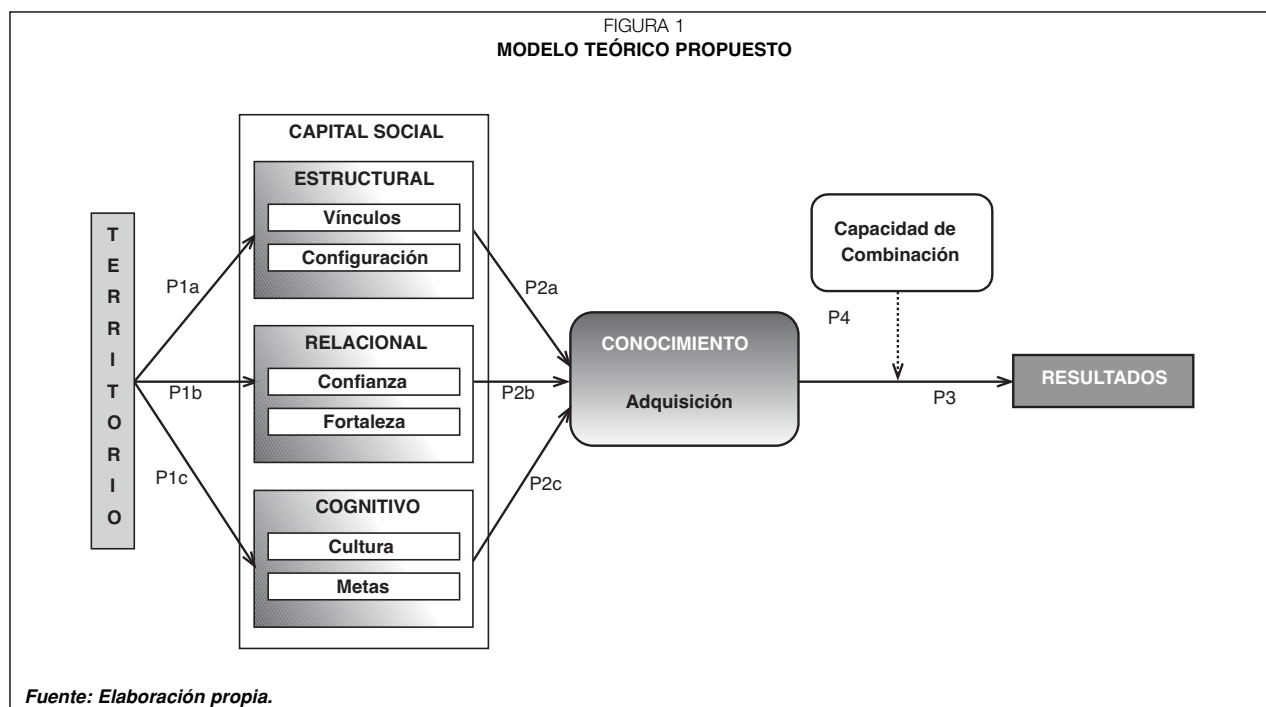
A partir de los argumentos expuestos podemos plantear la siguiente hipótesis:

P4: En los distritos industriales, la capacidad de combinación modera la relación entre la adquisición de conocimiento y los resultados empresariales.

5. Discusión del modelo y conclusiones

El modelo que proponemos, representado en la Figura 1, trata de explicar los factores que influyen en la obtención de los resultados empresariales por parte de las empresas pertenecientes a un distrito industrial. En la elaboración de este modelo, hemos recogido las aportaciones de una serie de trabajos teóricos y empíricos sobre el estudio de los distritos industriales, el capital social y la adquisición de conocimientos, que sustentan las proposiciones planteadas (Becattini, 1990; Signorini, 1994; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998; Dyer y Singh, 1998; Soler, 2000; Yli-Renko *et al.*, 2001; Molina, 2005). Con este trabajo hemos profundizado en los factores explicativos del «efecto distrito», ya que, pese a que la literatura lo identifica, son escasos los estudios que analizan las causas u orígenes del resultado superior obtenido por las empresas del distrito industrial. Nosotros detectamos que existe una serie de factores vinculados a las relaciones mantenidas por estas empresas que influyen de manera significativa en la adquisición de conocimientos. Por otro lado, pensamos que dicha adquisición de conocimiento se convierte en un elemento explicativo esencial de los resultados obtenidos por parte de las empresas pertenecientes a un distrito industrial. Así mismo, consideramos que la capacidad de combinación es un factor moderador que potencia los efectos positivos de la adquisición de conocimiento sobre los resultados empresariales.

Consideramos que con el modelo explicativo planteado contribuimos a profundizar en el papel que tienen dos factores clave, como son el capital social y la adquisición de conocimiento, para el desarrollo del «efecto distrito», ampliamente recogido en la literatura. Entendemos que los argumentos planteados para justificar las diferentes relaciones del modelo nos han permitido establecer una serie de proposiciones teóricas relevantes fundamen-



tadas en diferentes enfoques de la literatura. En este sentido, destacamos el carácter integrador del modelo planteado. Por tanto, con este trabajo contribuimos a cubrir un *gap* teórico en la investigación sobre el «efecto distrito», a través de la introducción de conceptos relevantes —distrito industrial, capital social, conocimiento y resultados—, y la profundización en los mecanismos que los conectan para explicar porqué las empresas consiguen ventajas competitivas en los distritos industriales.

Por otro lado, con este trabajo contribuimos a profundizar en el desarrollo de cada una de las tres dimensiones básicas del capital social planteadas en la literatura —estructural, relacional y cognitiva— en el ámbito de una red específica, como es el distrito industrial. También reforzamos la conexión de estas tres dimensiones con la adquisición de conocimiento. Finalmente, contribuimos a analizar el papel moderador de la capacidad de combinación, como un factor que mejora la influencia de la adquisición de conocimiento sobre el resultado empresarial.

Como limitación de nuestro modelo debemos señalar que, pese al interés de diferenciar las tres dimensiones señaladas del capital social, debemos asumir que están interrelacionadas de manera importante y compleja. Por ejemplo la estabilidad

de la red, un elemento de la dimensión estructural, puede ayudar a desarrollar confianza, faceta que describe el capital social de tipo relacional. En cualquier caso, consideramos que las interrelaciones entre las tres dimensiones señaladas y entre las diversas facetas de cada dimensión, tienen especial relevancia en el ámbito de los distritos, por lo que en futuras investigaciones sería interesante examinar los efectos de su interacción.

Por otro lado, debemos aclarar que con el modelo planteado no pretendemos aportar una explicación global del resultado obtenido por las empresas de los distritos industriales. Por tanto, asumimos el carácter parcial del modelo que se centra en el resultado explicado por la adquisición de conocimiento y la existencia de un determinado tipo de capital social.

De manera complementaria al análisis de las relaciones planteadas en el modelo, debemos señalar que, pese al efecto positivo de las diferentes dimensiones del capital social sobre la adquisición de conocimiento, el capital social no carece de riesgos. En este sentido, Uzzi (1997) argumenta que el exceso de integración podría inhibir los flujos de conocimiento hacia dentro de la red. Esto tiene su explicación en que, como hemos señalado anteriormente, los distritos industriales están caracte-▷

rizados por una densa red, con lazos fuertes entre sus participantes. Este aspecto, bajo la perspectiva del capital social, podría considerarse como una desventaja para las empresas internas al distrito, puesto que la teoría de la fuerza de los lazos débiles se basa en el hecho de que cuando los actores interactúan frecuentemente, mucha de la información que circula por ese sistema social es redundante. Los lazos débiles, por el contrario, permiten el descubrimiento de oportunidades porque ellos sirven como puente a nueva información y diferente (McEvily y Zaheer, 1999). Siguiendo este planteamiento, el capital social del distrito podría limitar la entrada de nueva información a la red, si bien, las instituciones locales, actuando como agentes intermediarios, podrían proveer a las empresas con nuevas fuentes de oportunidades y recursos recopilados a través de sus redes externas, las cuales son ricas en agujeros estructurales (Molina, 2005a).

De acuerdo con este planteamiento, podría ser interesante analizar el papel que juegan otros actores en el distrito, como son las grandes empresas y las instituciones locales. Aunque Becattini (1990) enfatizó las pequeñas empresas como un rasgo característico en la definición de distrito, más recientemente, se ha destacado el papel que pueden tener las grandes empresas en el distrito (Molina, 2005a). En este sentido, Lazerson y Lorenzoni (1999) señalan que las grandes empresas frecuentemente organizan la producción entre grupos de empresas más pequeñas, introducen innovaciones tecnológicas y expanden los mercados existentes. Por tanto, sería interesante analizar el papel que desempeñan dichas empresas en el funcionamiento del distrito. Del mismo modo, las instituciones locales pueden limitar los posibles problemas de redundancia de información y/o acceso a nueva información entre las empresas del distrito que se derivan de la densidad de su red. Así, las instituciones pueden funcionar como un «agente puente» encargado de mantener relaciones con el exterior que les permitan obtener información nueva que poder transmitir al interior del distrito (McEvily y Zaheer, 1999; Molina *et al.*, 2002).

Finalmente, podría ser interesante examinar cómo las dimensiones del capital social afectan a la transferencia de diferentes tipos de conocimien-

to. En este sentido, deberíamos determinar si en los distritos industriales se genera un conocimiento colectivo arquitectural, como plantean Tallman *et al.* (2004), y si éste puede proporcionar ventajas a largo plazo para las empresas del distrito.

Un posible campo de aplicación empírica para este modelo, serían los distritos existentes en España, en una determinada industria. Este análisis nos permitiría observar las diferencias en la estructura de capital social entre las empresas pertenecientes y ajenas a los distritos, y aportar evidencia empírica sobre las relaciones planteadas.

Entre las recomendaciones que se pueden derivar de este trabajo para las empresas pertenecientes a los distritos podemos destacar la conveniencia de que dirijan y construyan el capital social de manera proactiva para adquirir conocimiento relevante de manera eficaz y eficiente. Las empresas también deberían desarrollar su capacidad de combinación, para mejorar el efecto del conocimiento adquirido sobre sus resultados empresariales.

Como recomendación para que las instituciones del distrito contribuyan de manera significativa a la mejora de los resultados de las empresas, podemos señalar que deben desarrollar una acción coordinada entre las mismas (Cámaras de Comercio, Instituciones financieras, Asociaciones empresariales, Universidad etcétera), permitiendo un mayor flujo de conocimiento relevante y nuevo hacia las empresas del distrito. Por otro lado estas instituciones pueden potenciar determinados aspectos del capital social de las empresas, como puede ser la representación colectiva, así como la visión y el propósito común (Keeble *et al.*, 1999).

Bibliografía

- [1] ADLER, P. y KWON, S. (2002): «Social capital: prospects for a new concept» *Academy of Management Review*, nº 27(1), pp. 17-40.
- [2] ALBINO, V., GARAVELLI, A.C. y SCHIUMA, G. (1999): «Knowledge transfer and inter-firm relationships in industrial districts: the role of the leader firm», *Technovation*, nº 19, pp. 53-63.
- [3] BARNEY, J. (1991): «Firm resources and sustained competitive advantage» *Journal of Management*, nº 17(1), pp. 99-120. ▷

- [4] BECATTINI, G. (1979): «Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale», *Rivista di Economia e Politica Industriale*, nº 5(1), pp.7-21.
- [5] BECATTINI, G. (1989): «Sectors and/or districts: some remarks on the conceptual foundation on industrial economics?». In Goodman, E. y Bamford, J. (eds., 1989), pp. 123-135.
- [6] BECATTINI, G. (1990): «The marshallian industrial district as a socio-economic notion». In Pyke, F.; Becattini, G.; Sengenberger, W.; Loweman, G.; Piore, M.J. (comps. 1990), pp. 187-219.
- [7] BELUSSI, F. y PILOTTI, L. (2002): Knowledge creation, learning and innovation in Italian industrial districts, *Geografiska Annaler*, nº 84 (2), pp. 125-139
- [8] BRIOSCHI, F., BRIOSCHI, M.S. y CAINELLI, G. (2002): «From the industrial district to the district group: an insight into the evolution of local capitalism in Italy», *Regional Studies*, nº 36(9), pp. 1037-1052.
- [9] BROWN, J. y DUGUID, P. (2001): «Knowledge and organization: a social-practice perspective» *Organization Science*, nº 12(2), pp. 198-213.
- [10] BRUSCO, S. (1990): «The idea of the industrial district: its genesis». In Pyke, F.; Becattini, G.; Sengenberger, W. (comps. 1990), pp. 10-19.
- [11] BURT, R. S. (1992): *Structural Holes*, Harvard University Press: Cambridge, MA.
- [12] CAINELLI, G. y DE LISO, N. (2005): «Innovation in industrial districts: Evidence from Italy», *Industry and Innovation*, nº 12(3), pp. 383-398.
- [13] CAMAGNI, R. (2003): «Incertidumbre, capital social y desarrollo local: enseñanzas para una gobernabilidad sostenible del territorio», *Investigaciones Regionales*, nº 2, pp. 31-57.
- [14] CAMISÓN (2003): «Shared, competitive and comparative advantages: a competent-based view of the competitiveness of industrial districts», *Conference on clusters, industrial districts and firms: the challenge of globalization. Conference in honour of professor Sebastiano Brusco*, Módena.
- [15] CAMISÓN, C. y MOLINA, J. (1998): «El Distrito industrial cerámico valenciano: ¿Mito o realidad competitiva?», *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, nº 22, pp. 83-102.
- [16] CASANUEVA, C., CASTRO, I. y GALÁN, J.L. (2006): «Capital social, confianza e innovación. El caso de un sistema productivo local tradicional», *Revista Madri+d*, nº 36.
- [17] COHEN, W.M. y LEVINTHAL, D.A. (1990): «Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation», *Administrative Science Quarterly*, nº 35(1), pp. 128-152.
- [18] COLEMAN, J.S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- [19] DECAROLIS, D.M. y DEEDS, D.L. (1999): «The impact of stocks and flows of organizational knowledge on firm performance: an empirical investigation of the biotechnology industry», *Strategic Management Journal*, nº 20(10), pp. 953-968.
- [20] DEI OTTATI, (1994): «Cooperation and competition in the industrial district as an organization model», *European Planning Studies*, 2(4), pp. 35-53.
- [21] DRUCKER, P. (1996): «The effective executive», *HarperCollins Publishers Inc.*, Nueva York.
- [22] DYER, J. y NOBEOKA, K. (2000): «Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the toyota case», *Strategic Management Journal*, nº 21, pp.345-367.
- [23] Dyer, J. y Singh, H. (1998): «The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage», *Academy of Management Review*, nº23(4), pp. 660-679.
- [24] EISENHARDT, K. y SCHOONHOVEN, C. (1996): «Resource-based view of strategic alliance formation: strategic and social effects in entrepreneurial firms» *Organization Science*, nº 7(2), pp. 136-150.
- [25] GRANT, R.M. (1996): *Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Editorial Civitas. Madrid.
- [26] Guía, J. (2000): *Implicaciones del capital social para la ventaja competitiva de la empresa en un contexto evolutivo*, Tesis doctoral, Universidad Jaume I, Castellón.
- [27] GULATI, R.; NORHIA, N. y ZAHEER, A. (2000): «Strategic networks». *Strategic Management Journal*, nº 21(3), pp. 203-215.
- [28] HARRISON, B. (1992): «Industrial districts: old wine in new bottles?», *Regional Studies*, nº 26(5), pp. 469-483.
- [29] HERNÁNDEZ, F. y SOLER, V. (2003): «Cuantificación del «efecto distrito» a través de medidas no radiales de eficiencia técnica», *Investigaciones Regionales*, nº 3, pp. 25-39. ▷

- [30] IBARRA, H. (1992): Structural alignments, individual strategies, and managerial action: Elements toward a network theory of getting things done. In N. Noria & R.G. Eccles (eds.), *Networks and organizations: Structure, form and action*: pp. 165-188. Boston: Harvard Business School Press.
- [31] INKPEN, A.C. y DINUR, A. (1998): «Knowledge Management Processes and International Joint Ventures». *Organization Science*, nº 9 (4), pp. 454-468.
- [32] INKPEN, A. y TSANG, E. (2005): «Social capital, networks, and knowledge transfer», *Academy of Management Review*, nº 30(1), pp. 146-165.
- [33] KALE, P., SINGH, H. y PELMUTTER, H. (2000): «Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital», *Strategic Management Journal*, nº 21(3), pp. 217-237.
- [34] KEEBLE, D., LAWSON, C., MOORE, B. y WILKINSON, F. (1999): «Collective learning processes, networking and «institutional thickness» in the Cambridge region», *Regional Studies*, nº 33, pp. 319-332.
- [35] KOGUT, B. y ZANDER, U. (1992): «Knowledge of the firm, combinative capacities and replication of technology», *Organization Science*, nº 3(3), pp. 383-397.
- [36] KOGUT, B. y ZANDER, U. (1993): «Knowledge of the firm and the evolutionary theory of the multinational corporation», *Journal of International Business Studies*, nº 24(4), pp. 625-645.
- [37] KOKA, B. y PRESCOTT, J. (2002): «Strategic alliances as social capital: a multidimensional view», *Strategic of Management Journal*, nº 23, pp.795-816.
- [38] KRAMER, R., BREWER, M. y HANN, B. (1996): Collective trust and collective action: the decision to trust as a social decision. In Kramer, R. & Tyler, T. (Eds), *Trust in organizations. Frontiers of theory and research*: 357-389. Thousand Oas, CA: Sage.
- [39] KRACKHARDT, D. (1992): The strength of strong ties. In Nohria, N. y Eccles, R.G.(eds.), *Networks and Organizations: Structure, Form and Action*. Harward Business School Press: Boston, MA.
- [40] LANE, P.J., SALK, J. EL y LYLES, M.A. (2001): «Absorptive capacity, learning and performance in international joint ventures», *Strategic Management Journal*, nº 22, pp.1.139-1.161.
- [41] LANE, P.J. y LUBATKIN, M. (1998): «Relative absorptive capacity and interorganizational learning», *Strategic Management Journal*, nº 19, pp. 461-477.
- [42] LARSSON, R., BENGTSSON, L., HENRIKSSON, K. y Sparks, J. (1998): «The interorganizational learning dilemma: collective knowledge development in strategic alliances», *Organization Science* nº 9(3), pp.285-305.
- [43] LAZERSON, M.H. y LORENZONI, G. (1999): «The firms that feed industrial districts: a return to the Italian source», *Industrial and Corporate Change*, nº 8(2), pp.235-266.
- [44] LEE, C., LEE K. y PENNIGNS J.M. (2001): «International capabilities, external networks, and performance; a study on technology-base ventures», *Strategic Management Journal*, nº 22, pp.615-640.
- [45] LORENZEN, M. (2002): «Ties, trust and trade: elements of a theory of coordination in industrial clusters», *International Studies of Management and Organization*, nº 31(4), pp. 14-34
- [46] MALMBERG, A. y MASKELL, P. (2002): «The elusive concept of localization economies. Towards a knowledge-based theory of spatial clustering», *Environment and Planning A*, nº34(3), pp. 429-449.
- [47] MARTÍNEZ, T. (2001): *El modelo explicativo de la competitividad de la empresa en los distritos industriales: el efecto de los recursos compartidos*. Tesis doctoral. Universitat Jaume I, Castellón.
- [48] MASKELL, P. (2001): «Knowledge creation and diffusion in geographic clusters», *International Journal of Innovation Management*, nº 5(2), pp. 213-238.
- [49] McEVILY, B. y ZAHEER, A. (1999): «Bridging ties: a source or firm heterogeneity in competitive capabilities», *Strategic Management Journal*, nº 20, pp. 1133-1156.
- [50] McFADYEN, M. y CANNELLA, A. (2004): «Social capital and knowledge creation: diminishing returns of the number and strength of exchange relationships», *Academy of Management Journal*, nº 47(5), pp. 735-746.
- [51] MOLINA F.X. (2005a): «The territorial agglomerations of firms: a social capital perspective from the Spanish tile industry», *Growth and Change*, nº 36(1), pp. 74-99. ▷

- [52] MOLINA, F.X. (2005b): «Estrategias de exploración y explotación en las aglomeraciones territoriales de empresas: una aproximación desde la perspectiva del capital social», *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 13, pp. 157-180.
- [53] MOLINA, F.X. y BOU, J. C. (2000): «Un análisis del desempeño empresarial en el distrito industrial a partir de la perspectiva de la variedad estratégica», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, nº 9(2), pp.9-20.
- [54] MOLINA F.X., LÓPEZ, M.A. y GUÍA, J. (2002): «The role of local institutions as intermediary agents in the industrial district», *European urban and regional studies*, nº 9 (4), pp. 315-329.
- [55] MOLINA, F.X. y MARTÍNEZ, T. (2003): «The impact of industrial district affiliation on firm value creation», *European Planning Studies*, nº 11(2), pp. 155-170.
- [56] MOWERY, D.C.; OXLEY, J.E. y SILVERMAN, B.S. (1996): «Strategic alliances and inter-firm knowledge transfer», *Strategic Management Journal*, nº 17, pp.77-92.
- [57] NAHAPIET, J. y GHOSHAL, S (1998): «Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage», *Academy of Management Review*, nº 23(2), pp. 242-266.
- [58] NONAKA, I. (1991): «The knowledge creating company», *Harvard Business Review*, nº 32(3), pp.27-38.
- [59] NONAKA, I. (1994): «A dynamic theory of organizational knowledge creation», *Organization Science*, nº 5, pp. 14-37.
- [60] OBA, B. y SEMERGIÖZ, F. (2005): «Antecedents of trust in industrial districts: an empirical analysis of inter-firm relations in a Turkish industrial district», *Entrepreneurship & Regional Development*, nº17, mayo, pp.163-182.
- [61] PANICCIA, I. (1998): «One, a hundred, thousands of industrial district. Organizational variety in local networks of small and medium-sized enterprises», *Organization Studies*, nº 19(4), pp. 667-699.
- [62] PANICCIA, I. (1999): «The performance of IDs. Some insights from the Italian Case», *Human Systems Management*, nº 18(2), pp. 141-160.
- [63] PARKHE, A. (1991): «Interfirm diversity, organizational learning, and longevity in global strategic alliances», *Journal of International Business Studies*, nº 22(4), pp.579-601.
- [64] POLANYI, M. (1967): *The tacit dimension*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- [65] PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, Nueva York. Versión española: *La ventaja Competitiva de las Naciones*. Plaza & Janés Editores, Barcelona, 1991.
- [66] PORTER, M. (1998): «Cluster and the Economics of Competition», *Harvard Business Review*, nº 76(6), pp.77-91.
- [67] PORTER, M. y SÖLVELL, Ö. (1998): «The role of geography in the process of innovation and the sustainable competitive advantage of firms», en Chandler, Hagström y Örjan Sölvell (1998): *The dynamic firm* (eds), Oxford University Press, Nueva York.
- [68] PRAHALAD, C.K. y HAMEL, G. (1990): «The core competence the corporation», *Harvard Business Review*, nº 3, pp.79-91.
- [69] PYKE, F. y SENGENBERGER, W. (1992): *Industrial districts and local economic regeneration*, Ginebra: International institute for labor studies.
- [70] SIGNORINI, L.F. (1994): «The price of Prato, or measuring the industrial district effect», *Paper in Regional Science*, nº 73(4). pp. 369-392.
- [71] SIMONIN, B.L (1999): Ambiguity and the process of knowledge transfer in strategic alliances», *Strategic Management Journal*, nº 20, pp. 595-623.
- [72] SOLER, V. (2000): «Verificación de las hipótesis del distrito industrial. Una aplicación al caso valenciano», *Economía Industrial*, nº 334, pp. 13-23.
- [73] SPENDER, J.C. (1996): «Organizational knowledge, learning and memory: three concepts in search of a theory», *Journal of Organizational Change Management*, nº 9(1), pp. 63-78.
- [74] STABER, U. (2001): «Spatial proximity and firm survival in a declining industrial district: the case of knitwear firms in Baden-Württemberg», *Regional Studies*, nº 35(4), pp. 329-341
- [75] STORPER, M. (1997): *The regional world. Territorial development in a global economy*. Guilford Press, Nueva York.
- [76] TALLMAN, S., JENKINS, M., HENRY, N. y PINCH, S. (2004): «Knowledge, clusters, and competitive advantage», *Academy of Management Review*, nº 29(2), pp. 258-271.
- [77] TSAI, W. y GHOSHAL, S. (1998): «Social capital, and value creation: the role of intrafirm networks», *Academy of Management Journal*, nº41(4), pp.464-478. ▷

- [78] UZZI, B. (1997): «Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness», *Administrative Science Quarterly*, n° 42, pp. 35-67.
- [79] VAN DEN BOSCH, F.; VOLVERDA, H. y BOER, M. (1999): «Coevolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: organizacional forms and combinative capabilities», *Organization Science*, n° 10(5), pp. 551-568.
- [80] WATHNE, K., ROSS, J. y KROUGH, G. (1996): «Towards a theory of knowledge transfer in a cooperative context» en Krogh, G. y Roos, J. (eds) *Managing knowledge perspective on cooperation and competition*, 1 Londres: Sage.
- [81] WEBER, B. y WEBER, C. (2007): «Corporate venture capital as a mean or radical innovation: Relational fit, social capital, and knowledge transfer», *Journal of Engineering and Technology Management*, n° 24(1-2), pp. 11-35.
- [82] WERNERFELT, B. (1984): «A Resource-based view of the firm», *Strategic Management Journal*, n° 5, pp.171-180.
- [83] WIDEN-WULFF, G. y GINMAN, M. (2004): «Explaining knowledge sharing in organizations through the dimensions of social capital», *Journal of Information Science*, n° 30(5), pp. 448-458.
- [84] YLI-RENKO, H., AUTIO, E. y SAPIENZA, H. (2001): «Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firm» *Strategic Management Journal*, n° 22, pp. 587-613.
- [85] ZAHRA, S., IRELAND, R. y HITT, M. (2000): «International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance», *Academy of Management Journal*, n° 43(5), pp. 925-950.
- [86] ZAHRA, S. y GEORGE, G. (2002): «Absorptive capacity; a review, reconceptualization, and extension», *Academy of Management Review*, n° 27 (2), pp. 185-203.
- [87] ZHAO, L. y ARAM, J. (1995): «Networking and growth of young technology-intensive venture in china», *Journal of Business Venturing*, n° 10, pp. 349-370.

ORDEN DE SUSCRIPCIÓN

☐ Solicito la suscripción que se detalla a continuación:

PUBLICACIONES PERIÓDICAS	ESPAÑA	EXTRANJERO
	1 año	1 año
☐ Boletín Económico de Información Comercial Española. (24 números/año, monográficos e índice anual)	☐ 81,10 € (1)	☐ 106,20 €
☐ Información Comercial Española. Revista de Economía (6 números/año e índice anual)	☐ 62,60 € (1)	☐ 74,90 €
☐ Cuadernos Económicos de Información Comercial Española. (Número suelto)	☐ 15,00 € (1)	
		Total

(1) Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla.

DATOS

Nombre y apellidos
Empresa
Domicilio
D.P. Población
N.I.F.
Teléf. Fax.
Firma

FORMAS DE PAGO

- ☐ Transferencia a la cuenta del Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
BBVA. Pº de la Castellana, 148. 28046 MADRID (ESPAÑA)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE:
0182-9091-52-0200000597

ORDEN DE PEDIDO

Título	Importe

Ejemplar suelto:

Boletín Económico de Información Comercial Española:

España 4,70 € + I.V.A. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla.
Extranjero 8,00 € + I.V.A. (Según zona geográfica) (más 5,00 € de gastos de envío)

Información Comercial Española. Revista de Economía:

España 12,40 € + I.V.A. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla.
Extranjero 13,60 € + I.V.A. (Según zona geográfica) (más 5,00 € de gastos de envío)

Cuadernos Económicos de Información Comercial Española.

España 15,00 € + I.V.A. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla.

DATOS

Nombre y apellidos
Empresa
Domicilio
D.P. Población
N.I.F.
Teléf. Fax.

FORMAS DE PAGO

- ☐ Transferencia a la cuenta del Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
BBVA. Pº de la Castellana, 148. 28046 MADRID (ESPAÑA)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE:
0182-9091-52-0200000597



MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SUBSECRETARÍA
DIVISIÓN DE INFORMACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y PUBLICACIONES
CENTRO DE PUBLICACIONES

Información y venta directa:

Paseo de la Castellana, 160. Vestíbulo. 28071 Madrid. Teléfono 91-349 49 68
Paseo de la Castellana, 162. Vestíbulo. 28071 Madrid. Teléfono 91-349 36 47

Suscripciones y ventas por correspondencia:

Paseo de la Castellana, 160. Planta 0. 28071 Madrid. Teléfono 91-349 51 29 Fax 91-349 44 85

Suscripciones a través de la página web del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio:

<http://www.revistasice.com/RevistasICE/Suscripciones/pagFormulario.htm>

ÚLTIMOS MONOGRÁFICOS PUBLICADOS

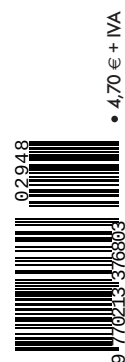


Información:
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Paseo de la Castellana, 162-Vestíbulo
28071 Madrid
Teléf. 91 349 36 47

BOLETÍN ECONÓMICO

ICE

INFORMACION COMERCIAL
ESPAÑOLA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE COMERCIO

SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE ANÁLISIS, ESTRATEGIA
Y EVALUACIÓN